

## ABSTRAK

### ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI PRODUK *PRIVATE LABEL* INDOMARET DI KOTA SEMARANG

Oleh :

**Cindy Noviani Putri**

**16.05.51.0068**

*Private Label* adalah suatu barang dagangan yang menggunakan nama merek distributor atau peritel atau nama merek tersebut yang diciptakan untuk distributor atau peritel. Tujuan peritel membuat produk *private label* untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan keberadaan produk *private label* sudah menjadi tren dikalangan peritel. Produk *private label* memiliki desain sendiri oleh para peritel dan dikembangkan dengan menggunakan nama peritel yang bersangkutan, produk *private label* hanya dijual oleh perusahaan tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Persepsi Harga, dan Persepsi Nilai terhadap Niat Beli produk *private label* Indomaret di Kota Semarang. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen Indomaret di Kota Semarang yang jumlahnya tidak bisa diketahui. Sampel diambil sebanyak 100 responden. Data yang digunakan adalah data primer. Data didapat langsung dari konsumen Indomaret di Kota Semarang melalui metode kuesioner. Data primer tersebut diolah dan dianalisis menggunakan SPSS 19 melalui uji instrumen berupa uji validitas dan reabilitas, analisis regresi linier berganda serta uji hipotesis berupa uji t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, Citra merek, Persepsi kualitas, Persepsi harga, dan Persepsi Nilai berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli produk *private label* Indomaret di Kota Semarang.

**Kata kunci : Citra Merek, Persepsi Kualitas, Persepsi Harga, Persepsi Nilai, Niat Beli, Produk *Private Label***

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE INTEREST OF INDOMARET LABEL PRIVATE PRODUCTS IN THE CITY OF SEMARANG**

**By:**  
**Cindy Noviani Putri**  
**16.05.51.0068**

*Private Label is a merchandise that uses the brand name of the distributor or retailer or the brand name created for the distributor or retailer. The purpose of retailers to make private label products to meet consumer needs and the existence of private label products has become a trend among retailers. Private label products have their own designs by retailers and are developed using the name of the retailer concerned, private label products are only sold by the company.*

*The purpose of this study was to analyze the influence of Brand Image, Quality Perception, Price Perception, and Value Perceptions on the Purchase Intention of Indomaret private label products in Semarang City. The population of this study is all Indomaret consumers in Semarang City whose numbers cannot be known. Samples were taken as many as 100 respondents. The data used are primary data. Data obtained directly from Indomaret consumers in the city of Semarang through the questionnaire method.*

*The primary data is processed and analyzed using SPSS 19 through an instrument test in the form of a validity and reliability test, multiple linear regression analysis and a hypothesis test in the form of a t test. The results of this study indicate that, brand image, quality perception, price perception, and value perception have a significant positive effect on the purchase intention of Indomaret private label products in Semarang City*

**Keywords : Brand Image, Quality Perception, Price Perception, Perception Value, Purchase Intention, Private Label Products**